

**Transition  
énergétique  
Québec**

# **Analyses comportementales des entrepreneurs Novoclimat**

5 novembre 2019

Québec 

## Table des matières

1	Mise en contexte et objectifs	<u>p.3</u>
2	Méthodologie	<u>p.5</u>
3	Résumé exécutif	<u>p. 7</u>
4	Analyses comportementales détaillées	<u>p.9</u>
5	Segmentation des participants	<u>p.30</u>
6	Annexes	
	<i>Analyses approfondies</i>	<u>p.36</u>
	<i>Questionnaire utilisé</i>	<u>p.41</u>





## Mise en contexte et objectifs

# Ce mandat est dans la continuité des travaux débutés par TEQ ayant pour but d'améliorer l'expérience de ces programmes

## Mise en contexte

En été 2018, TEQ a amorcé des travaux d'amélioration de son service à la clientèle en définissant sa vision bout-en-bout de l'expérience client.

Suite à cela, EY a accompagné TEQ dans l'élaboration d'une feuille de route d'optimisation du service à la clientèle comportant 14 initiatives visant à améliorer l'expérience client de ses programmes (mars 2019).

En août 2019, TEQ a mandaté EY pour l'accompagner dans la mise en œuvre de deux de ces initiatives:

- **L'analyse comportementale** des participants de Rénoclimat, ainsi que des entrepreneurs et promoteurs de Novoclimat
- La **minimisation des points de friction dans les parcours** des participants de Rénoclimat et des entrepreneurs de Novoclimat

## Objectifs du projet

L'objectif de l'analyse comportementale est de mieux comprendre qui sont les participants de **Rénoclimat** et **Novoclimat** : leurs besoins, leurs attentes, leurs motivations à participer aux programmes ainsi que leurs caractéristiques.

L'objectif de l'initiative de parcours client est d'identifier les points de friction dans les parcours des participants de Rénoclimat et des entrepreneurs de Novoclimat et de proposer des recommandations pour améliorer leurs expériences.

Ce document détaille l'**analyse comportementale des participants de Novoclimat**. Les livrables de parcours clients seront fournis dans les étapes subséquentes.

## Livrables



**Analyses comportementales des participants aux programmes**



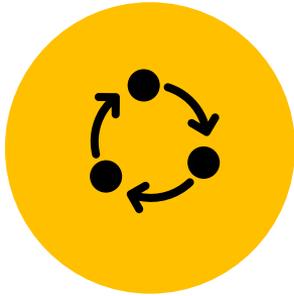
Cartographie des parcours clients actuels



Cartographie des parcours clients futurs et recommandations

## Considérations

- Les analyses comportementales se concentrent sur 3 types de participants: les citoyens ayant participé à Rénoclimat, les entrepreneurs de Novoclimat et les promoteurs de Novoclimat
- L'initiative de parcours client se concentre sur 2 types de participants: les citoyens ayant participé à Rénoclimat et les entrepreneurs de Novoclimat



# Méthodologie

## Les analyses comportementales ont été effectuées en analysant les données d'un sondage en ligne

### Population étudiée

Les entrepreneurs ayant participé au programme Novoclimat depuis son existence.

Le taux de réponse pour le sondage a été de 12,7 % (n = 81). À un niveau de confiance de 95%, la marge d'erreur est de 10%.

### Méthode de collecte de données

La collecte de données a été effectuée du 6 septembre au 16 septembre 2019.

Le questionnaire Novoclimat (entrepreneurs) a été envoyé à l'ensemble de la liste d'envoi de la base de données de TEQ. En retirant les adresses courriel invalides, la taille de la population est de 640 pour les entrepreneurs.

### Outils de sondages utilisés

Une version préliminaire du questionnaire a été développée par EY. Celui-ci a ensuite été adapté suite aux commentaires fournis par TEQ et prétesté avec une dizaine de participants.

L'analyse comportementale a été réalisée à l'aide d'un questionnaire administré en ligne via la plateforme Survey Monkey.

### Technique d'analyse utilisée

Lors de la présentation visuelle des résultats, les pourcentages ont été arrondis, ce qui explique un total parfois légèrement supérieur ou inférieur à 100%.

Une méthode par tri a été utilisée pour segmenter les participants.



## Résumé exécutif

## Les points clés qui ressortent du sondage auprès des entrepreneurs de Novoclimat

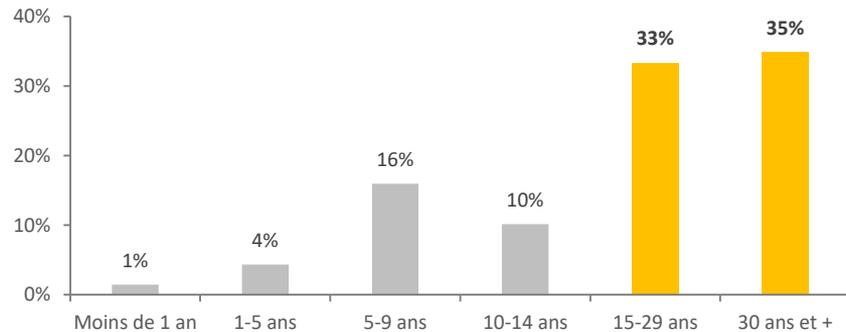
- Majoritairement en **affaires depuis plus de 15 ans**, les entreprises participantes opèrent dans plusieurs régions et ont un nombre d'employés varié
- Les entreprises participantes ont inscrit des projets durant plusieurs périodes, mais ont **majoritairement participé à Novoclimat 2.0**
- **Deux types d'entreprises** se démarquent: celles pour lesquelles les projets Novoclimat représentent **une faible proportion de leurs constructions neuves** et celles qui **construisent principalement des habitations Novoclimat**
- Pour la majorité des entreprises, Novoclimat est **la seule certification détenue**. Les entreprises disposant d'une certification additionnelle l'ont généralement obtenue dans le cadre d'un programme complémentaire: **LEED habitation**
- **Soucieuses de leur impact environnemental**, les entreprises proposent souvent Novoclimat à leurs clients, mais ont l'impression que **la demande n'est pas au rendez-vous**
- Les entrepreneurs sont relativement satisfaits **du programme**, mais jugent que **Novoclimat ne les soutient pas suffisamment** avec les **acheteurs**
- Les entrepreneurs qui n'ont soumis aucun projet Novoclimat indiquent que la raison principale est le **manque d'intérêt des clients**
- Les opinions sont **mitigées** concernant la **rentabilité du programme**, autant en termes **de temps que d'argent**. Par conséquent, seulement **1/4 des participants sont des promoteurs du programme**
- Beaucoup d'entrepreneurs ont commencé le processus pour **avoir un avantage concurrentiel** et jugent désormais pouvoir se **démarrer positivement**
- Les entrepreneurs souhaiteraient **obtenir du matériel pour promouvoir le programme**
- Les entrepreneurs apprécient **l'accompagnement et les formations offertes** à travers le programme
- Les entrepreneurs suggèrent d'améliorer le programme en **stimulant davantage l'intérêt des acheteurs** et en **assouplissant l'application des exigences techniques**



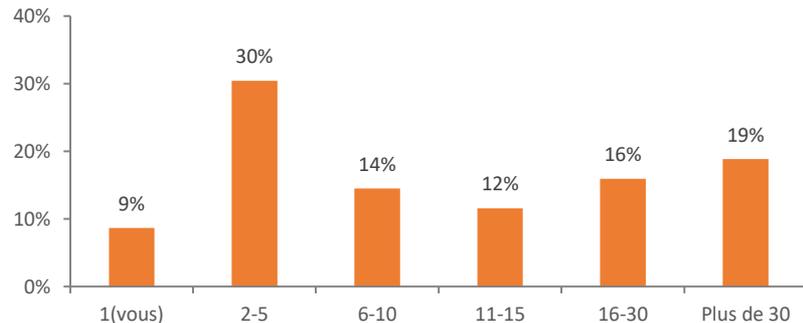
# Analyses comportementales détaillées

## Majoritairement en affaires depuis plus de 15 ans, les entreprises participantes opèrent dans plusieurs régions et ont un nombre d'employés varié

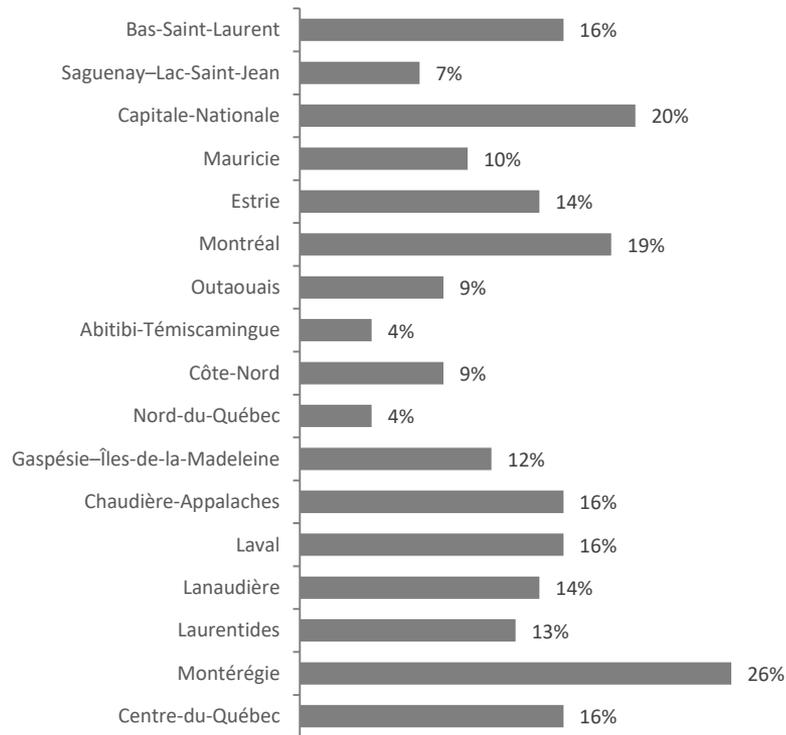
Depuis combien d'années l'entreprise dans laquelle vous travaillez est-elle en affaires? (n=69)



Combien y a-t-il d'employés dans l'entreprise où vous travaillez ? (n=69)



Dans quelle région construisez-vous vos projets ? (n=69)



## Les entreprises participantes valorisent la qualité, la satisfaction du client et le respect



Nous sommes d'abord des gens passionnés qui, chaque jour, s'efforçons de bien faire les choses. L'efficacité dans notre travail passe par la planification et l'organisation. C'est avec cette rigueur que nous nous engageons dans chacun de nos projets. C'est bien ce qui nous permet de les livrer dans les délais convenus.

Satisfaction de nos clients et qu'ils se sentent en pleine confiance. Donner le plus de ristourne possible à nos clients, être en mesure de proposer des programmes



Honnêteté, qualité et plaisir!

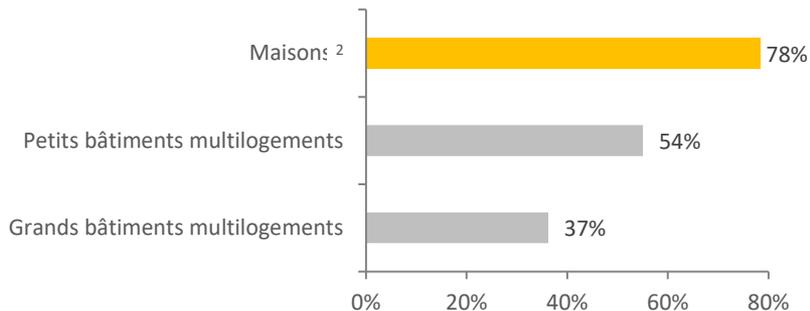
Top 10 des valeurs des entreprises (n=67)<sup>1</sup>

Valeur	Nombre de mentions	Proportion en %
Qualité (de la construction)	37	55%
Satisfaction du client	12	18%
Respect	10	15%
Intégrité	9	13%
Service	8	12%
Honnêteté	6	9%
Abordabilité	4	6%
Professionalisme	3	4%
Passion	3	4%
Rigueur	3	4%
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>142%</b>

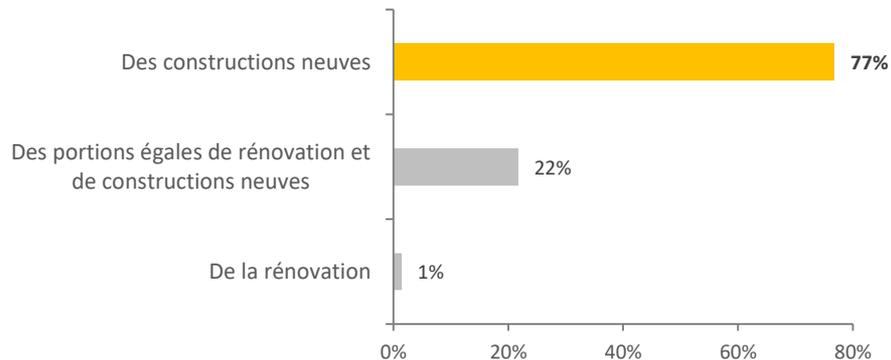
<sup>1</sup>Les participants mentionnent souvent plus d'une valeur, ce qui explique un total supérieur à 100%

# Elles construisent principalement des maisons neuves et la majorité effectue plus d'un type d'habitations

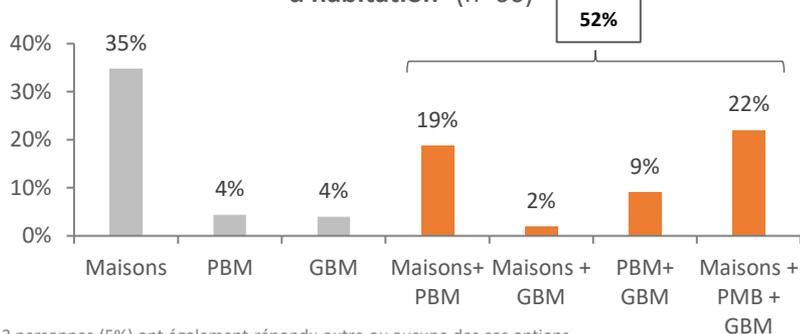
Quel(s) type(s) d'habitation construisez-vous ?<sup>1</sup> (n=66)



Faites-vous principalement...? (n=69)



Proportions d'entreprises effectuant différents types d'habitation<sup>1</sup> (n=66)



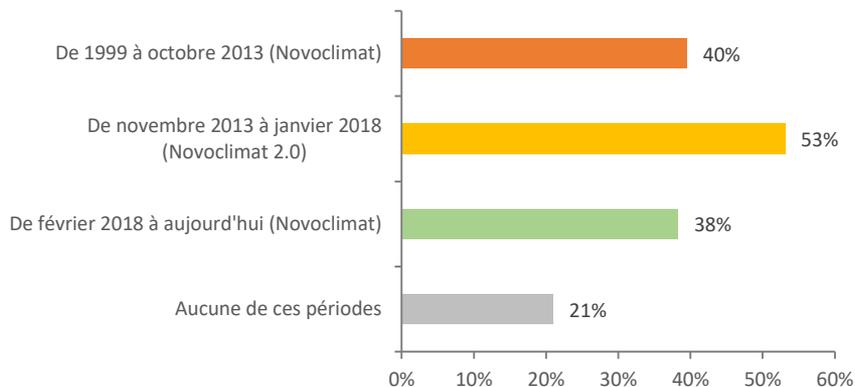
- **78% des entreprises construisent, entre autres, des maisons**
- **Pratiquement aucune de ces entreprises participantes ne se spécialise uniquement en rénovation. Ce qui est logique, car le programme Novoclimat concerne les nouvelles constructions**
- **52% des entreprises effectuent différents types d'habitations et 22%, soit environ le quart, effectuent les trois**

<sup>1</sup>3 personnes (5%) ont également répondu autre ou aucune des ces options

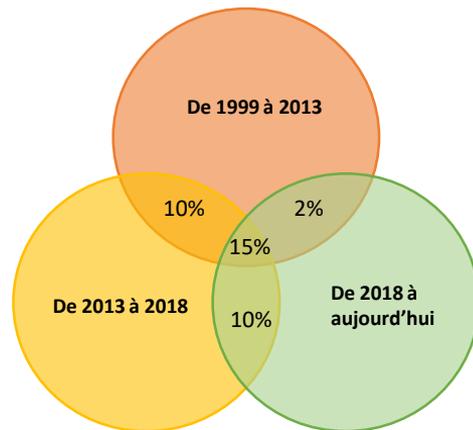
<sup>2</sup>inclus unifamiliale individuelle, jumelée, en rangée, maison mobile, maison bigénérationnelle, maison avec un logement intégré, maison de chambres, chalet quatre saisons, etc.

## Les entreprises participantes ont inscrit des projets durant plusieurs périodes, mais ont majoritairement participé à Novoclimat 2.0

Durant quelle(s) période(s) avez-vous inscrit des projets?<sup>1</sup> (n=81)



Proportions d'entreprises ayant inscrit des projets durant plusieurs périodes (n=81)



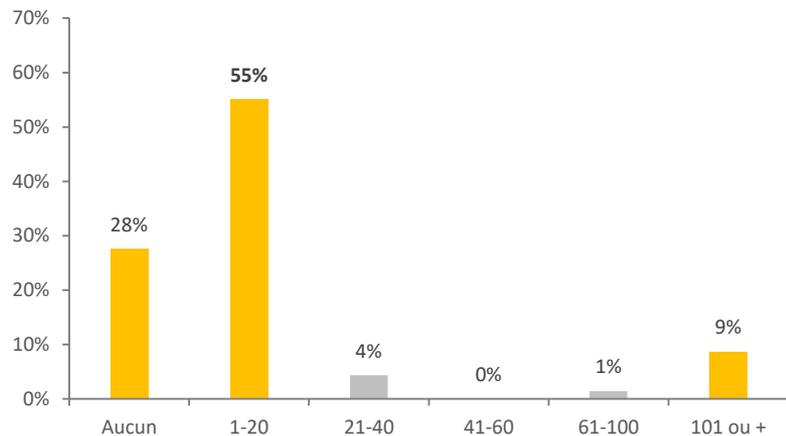
Puisque la nouvelle version du programme a commencé il y a moins de 2 ans, il est normal d'avoir une plus petite proportion de répondants y ayant inscrit des projets. De plus, il est également normal d'avoir moins de participants n'ayant pas inscrit de projets depuis 2013 puisqu'il est plus difficile de les rejoindre avec la liste d'envoi actuel. Nous avons donc une représentation assez équilibrée des 3 programmes.

**37% des entreprises ont inscrit des projets durant plusieurs périodes. Parmi celles-ci, 15% des entreprises ont participé aux 3 programmes et 22% ont participé à 2 des 3.**

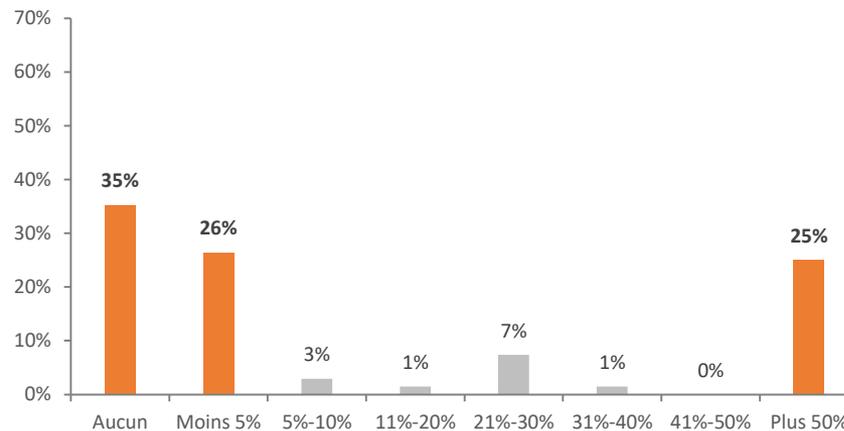
<sup>1</sup>Les participants pouvaient sélectionner plusieurs options, ce qui explique un total supérieur à 100%

## Deux types d'entreprises se démarquent: celles pour lesquelles les projets Novoclimat représentent une faible proportion de leurs constructions neuves et celles qui construisent principalement des habitations Novoclimat

Combien de projets Novoclimat avez-vous effectués depuis novembre 2013?<sup>1</sup> (n=69)



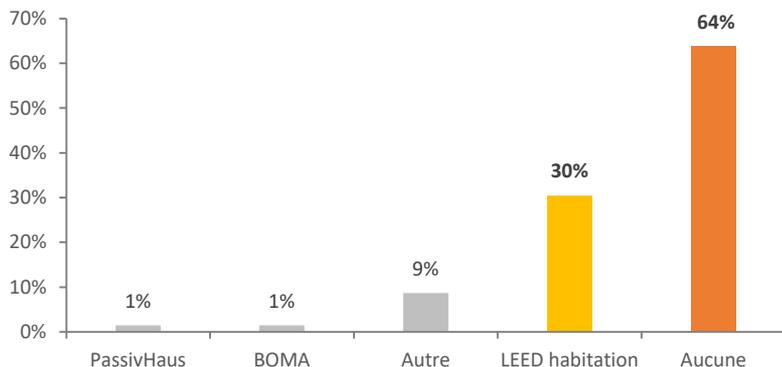
Durant la dernière année, quelle proportion de vos projets de constructions neuves sont des projets Novoclimat ? (n=68)



<sup>1</sup>3% ont préféré de ne pas répondre à la question

## Pour la majorité des entreprises, Novoclimat est la seule certification détenue. Celles qui disposent d'une certification additionnelle l'ont généralement obtenue dans le cadre d'un programme complémentaire: LEED habitation

À quelle(s) autre(s) certification(s) avez-vous inscrit des projets?<sup>1</sup> (n=69)



Emmanuel Cosgrove,  
*La Presse* (2018)

La certification Novoclimat est la **porte d'entrée** [...] La formation donnée est la première dose pour apprendre à mieux construire. **Vient ensuite la certification LEED**, plus globale puisqu'elle ne se préoccupe pas uniquement d'efficacité énergétique

Vu de loin ces deux programmes peuvent sembler en compétition. Au contraire, **les marier l'un à l'autre** lors de la construction d'une maison neuve permet d'atteindre de hautes performances énergétiques et environnementales



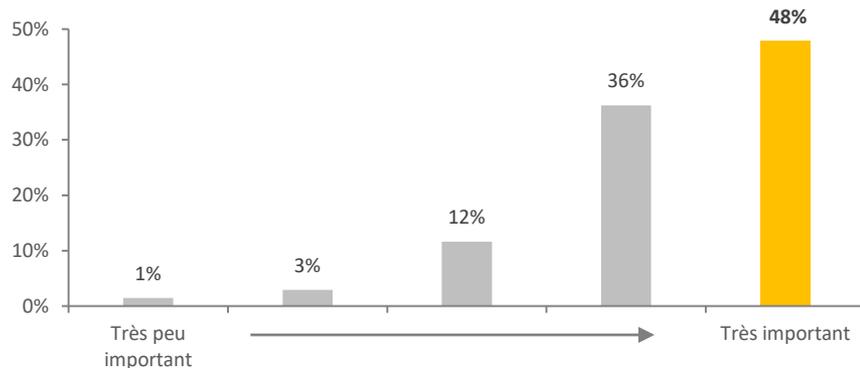
Céline Lecomte &  
Emmanuel Cosgrove,  
*Éco habitation* (2017)

- **Deux tiers** des entreprises **possèdent uniquement la certification Novoclimat**.
- Néanmoins, 30% des entreprises se sont également **inscrits à LEED habitation**
- Plusieurs articles récents comparant les **deux programmes** les mentionnent avant tout comme **complémentaires**. La complémentarité des programmes peut donc être considérée comme une opportunité pour Novoclimat

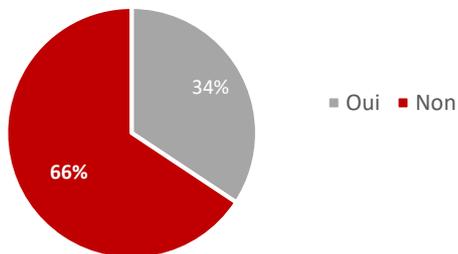
<sup>1</sup>Les participants pouvaient sélectionner plusieurs options, ce qui explique un total supérieur à 100%

## Soucieuses de leur impact environnemental, elles proposent souvent Novoclimat à leurs clients, mais ont l'impression que la demande n'est pas au rendez-vous

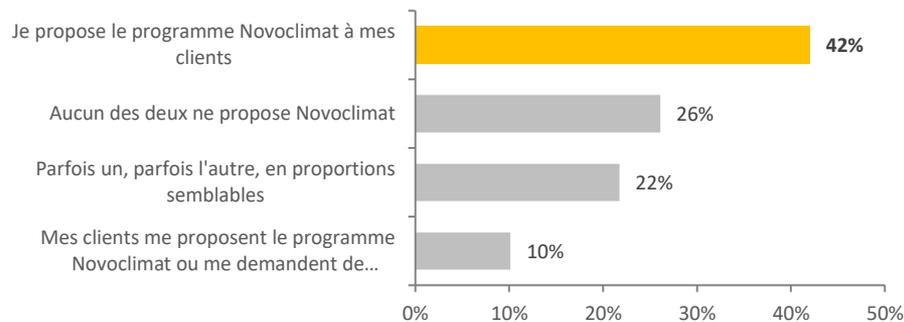
À combien situeriez-vous l'importance de réduire l'impact environnemental des habitations? (n=69)



Avez-vous l'impression que la demande est au rendez-vous concernant les habitations certifiées à haute performance énergétique? (n=70)



Veillez cocher l'énoncé s'appliquant le plus à votre situation actuelle dans le cadre de vos projets de construction (n=69)

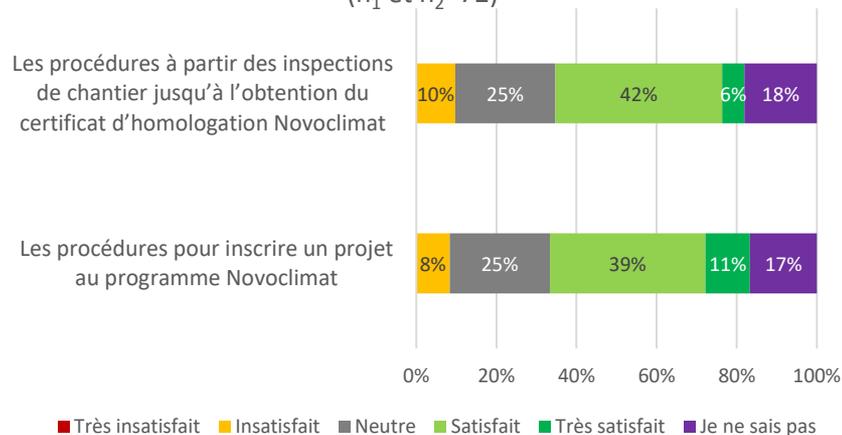


Environ la moitié des entrepreneurs jugent très important de réduire l'impact environnemental des habitations et 42% proposent le Novoclimat à leurs clients. Cependant, deux tiers des entrepreneurs jugent que la demande pour des habitations certifiées à haute performance énergétique n'est pas au rendez-vous. Augmenter les efforts de promotion pour éduquer les citoyens pourrait donc avoir un effet positif sur la participation au programme.

## Les entrepreneurs ne sont pas insatisfaits du programme, mais jugent que Novoclimat ne les soutient pas suffisamment avec les acheteurs

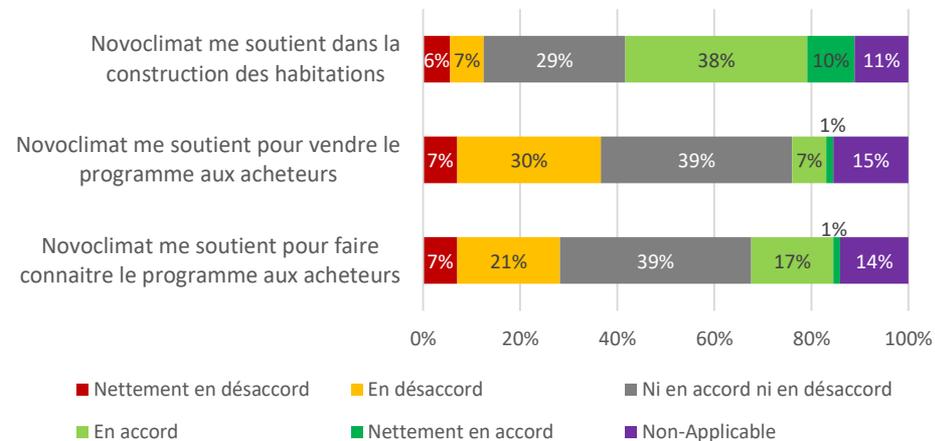
### Niveau de satisfaction face aux éléments suivants

( $n_1$  et  $n_2=72$ )



### Degré d'accord avec chacune des affirmations

( $n_1=71$ ,  $n_2=71$ ,  $n_3=72$ )

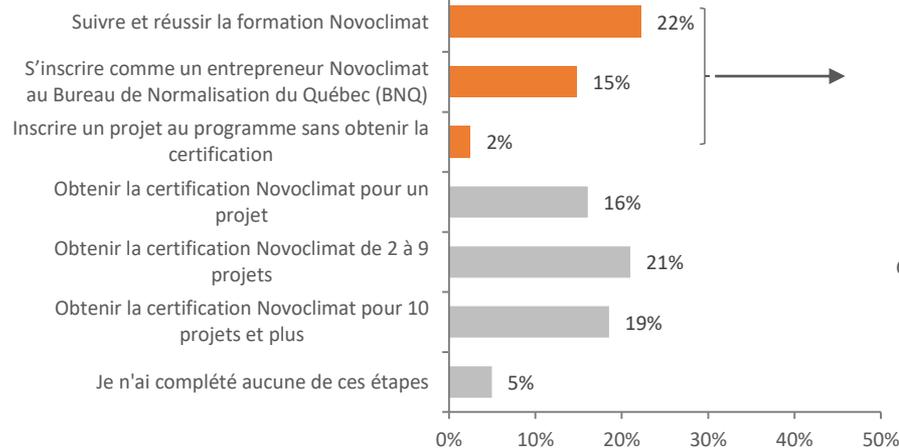


**Alors qu'environ la moitié des entrepreneurs sont satisfaits du soutien dans la construction des habitations, seulement 8% sont satisfaits du soutien qu'offre Novoclimat pour vendre le programme aux acheteurs.**

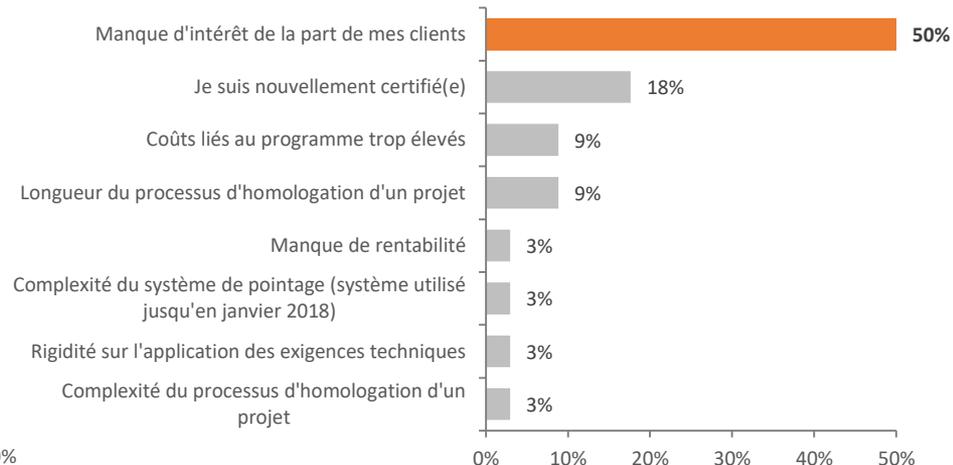
## 37% des répondants n'ont jamais inscrit de projet Novoclimat principalement par manque d'intérêt de la part de leurs clients

### Dernière étape complétée dans le processus Novoclimat

(n=81)



### Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous pas inscrit de projets au programme ?<sup>1</sup> (n=34)



**Il devient donc primordial d'éduquer les acheteurs en matière de construction à haute efficacité énergétique et de donner des outils de promotion/ventes aux entrepreneurs pour vulgariser les bénéfices du programme à leurs clients.**

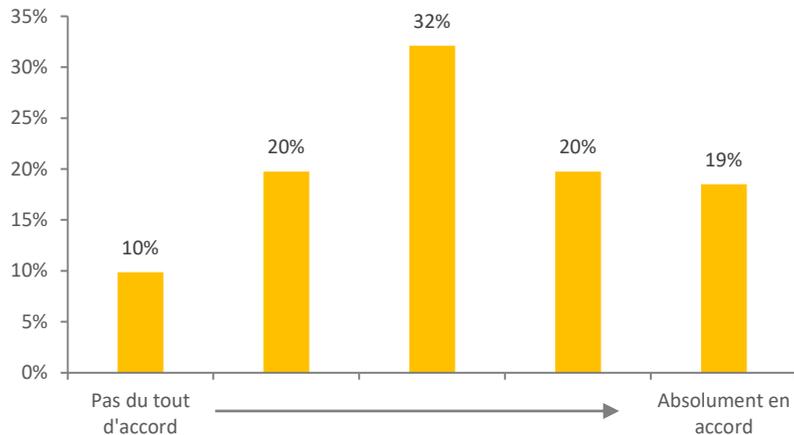


Il faudrait faire en sorte qu'il y est de la demande.  
Prouvez les avantages [au client]

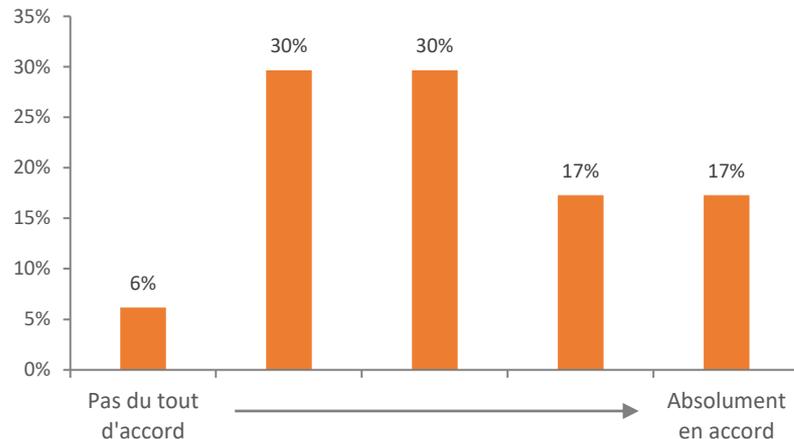
<sup>1</sup>Les participants pouvaient sélectionner plus d'une réponse

## Les opinions sont mitigées concernant la rentabilité du programme, autant en termes de temps que d'argent

L'investissement de temps de mon entreprise dans le programme Novoclimat en vaut la peine (n=81)



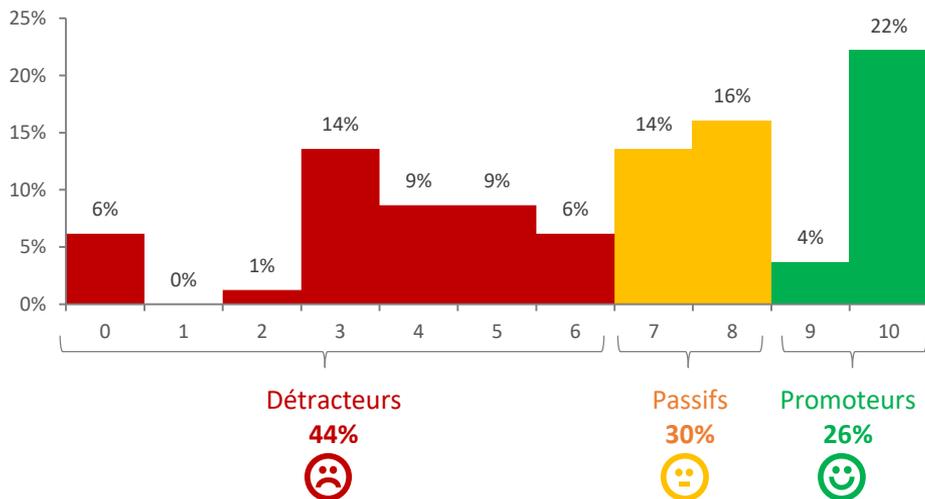
L'investissement d'argent de mon entreprise dans le programme Novoclimat en vaut la peine (n=81)



[Il faudrait] diminuer la complexité du processus des inspections pour les plus petits entrepreneurs et diminuer les coûts

## Par conséquent, seulement un quart des participants sont des promoteurs du programme

Probabilité que vous recommandiez le programme  
Novoclimat à votre entourage (n=81)



Le Net Promoter Score (NPS) est un standard utilisé par de nombreuses organisations pour évaluer l'expérience client. Il varie entre -100% et 100%.

Un « bon » score varie selon l'industrie, la région ou les caractéristiques des participants, mais de façon générale, les scores plus élevés que 0 sont considérés bons et les scores plus élevés que 50, excellents.

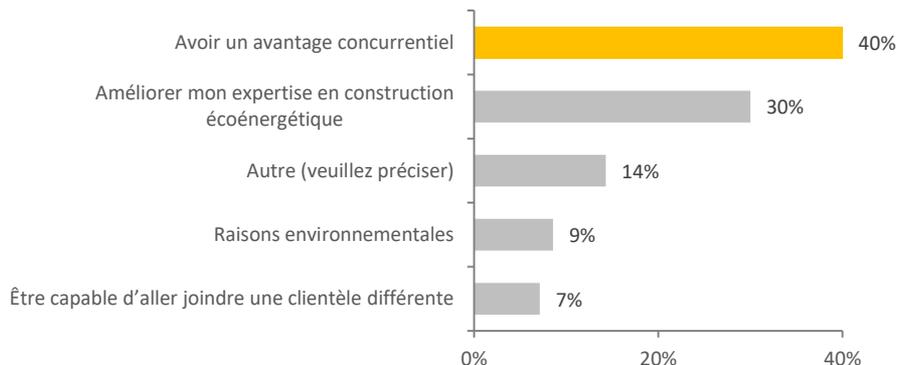
Les **détracteurs** sont généralement des clients **décus ou frustrés** qui partageront leur **insatisfaction**, générant un **impact négatif sur l'image de marque**. Les **passifs** sont généralement satisfaits, mais **pas suffisamment** pour promouvoir la marque alors que les **promoteurs** sont les **ambassadeurs de la marque**.

**SCORE NPS = 26% Promoteurs – 44% Détracteurs = -19%**

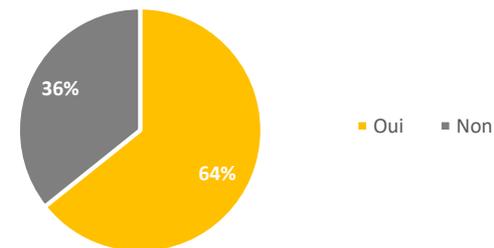
Près d'un quart des participants du programme sont des **promoteurs** de celui-ci, c'est-à-dire qu'ils ont une probabilité très élevée de le recommander à leur entourage. Ils sont cependant **contrebalancés par une proportion assez élevée de détracteurs (44%)**, ce qui donne un **score NPS assez faible**. Afin de convertir des passifs en promoteurs, plusieurs options sont à considérer, comme donner de **meilleurs outils aux entrepreneurs** pour vendre le programme ou **minimiser les points de friction dans leur parcours**.

## Beaucoup d'entrepreneurs ont commencé le processus pour avoir un avantage concurrentiel et jugent désormais pouvoir se démarquer positivement

Quel est la raison principale pour laquelle vous avez décidé de commencer le processus Novoclimat? (n=70)



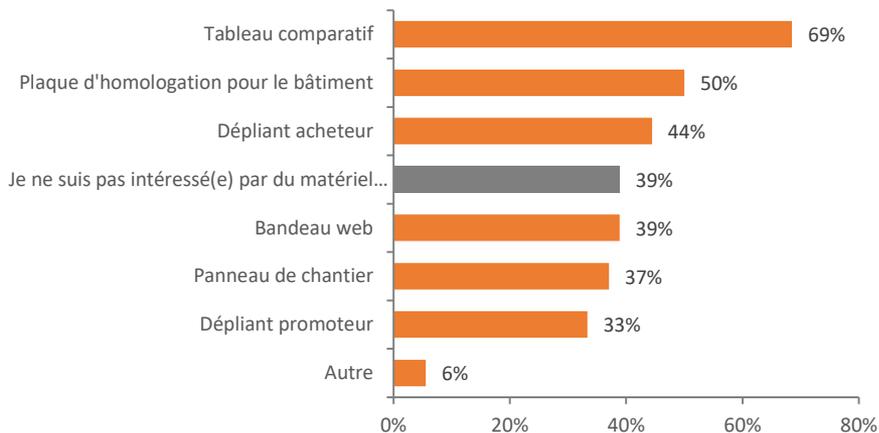
Jugez-vous que le programme Novoclimat vous permet de vous démarquer positivement de vos concurrents? (n=70)



Mais pour ma part, je n'ai pas davantage que plus d'entrepreneurs participent, c'est de cette façon que nous nous démarquons en tant que membre SELECT.

## Ils souhaiteraient cependant obtenir plus de matériel pour promouvoir le programme

Seriez-vous intéressé(e) par du matériel promotionnel pour promouvoir le programme Novoclimat?<sup>1</sup> (n=54)



Les clients ne comprennent pas les bienfaits du programme et les vendeurs non plus. Je crois qu'il faudrait des formations pour les vendeurs, mais aussi de la documentation claire fournie par le programme.

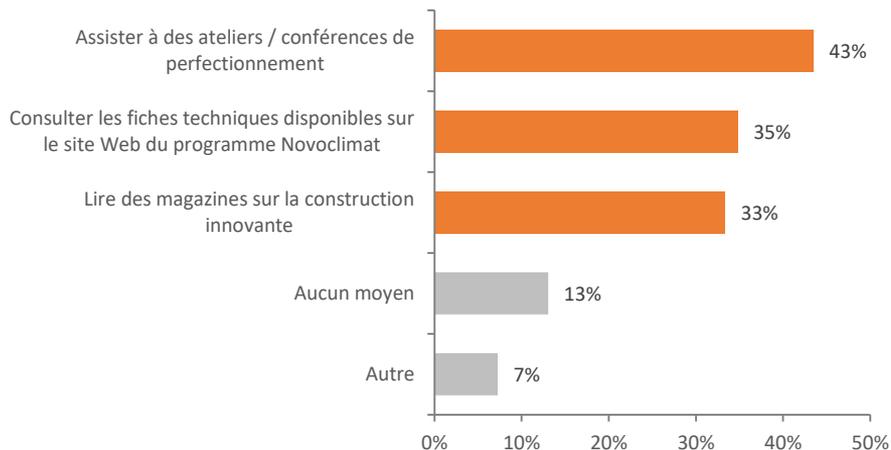
**Un tiers des entrepreneurs sont intéressés par toutes les sortes de matériel promotionnel. Cela confirme les besoins en outils pour convaincre les acheteurs et les vendeurs de la pertinence et des avantages du programme.**

**À noter que plusieurs de ces outils (p.ex. dépliant, tableau comparatif) existent déjà. Le fait que les promoteurs les demandent démontre le besoin pour un meilleur partage de ces outils.**

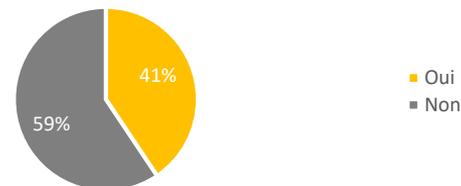
<sup>1</sup>Les participants pouvaient sélectionner plus d'une réponse

## Divers moyens sont utilisés par les entrepreneurs pour rester à jour et plusieurs de ceux-ci sont intéressés par une formation sur la rénovation

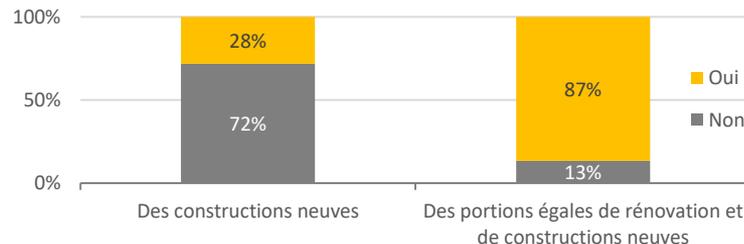
Quel(s) moyen(s) utilisez-vous pour rester à jour sur les pratiques et matériaux favorisant une amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments?<sup>1</sup> (n=69)



Seriez-vous intéressé(e) par une formation équivalente à Novoclimat sur la rénovation ? (n=69)



Proportion des entrepreneurs intéressés par une formation sur la rénovation en fonction du type de travaux (n=69)



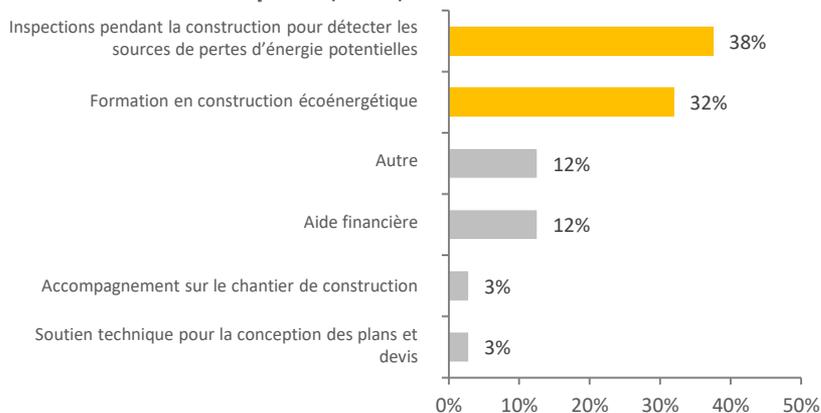
**Pour rester à jour, les entrepreneurs favorisent les ateliers/conférences, les fiches techniques disponibles sur le site web de Novoclimat et les magazines sur la construction innovante.**

**41% des entrepreneurs seraient intéressés à recevoir une formation équivalente à Novoclimat sur la rénovation, notamment les entrepreneurs qui effectuent de la rénovation.**

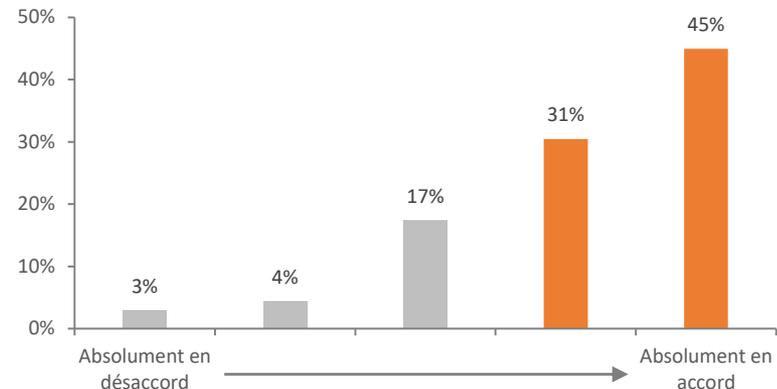
<sup>1</sup>Les participants pouvaient sélectionner plus d'une réponse

## Les entrepreneurs apprécient l'accompagnement et les formations offertes à travers le programme

Quel avantage du programme Novoclimat appréciez-vous le plus? (n=72)



J'applique les notions apprises lors de la formation Novoclimat dans mon travail (n=69)

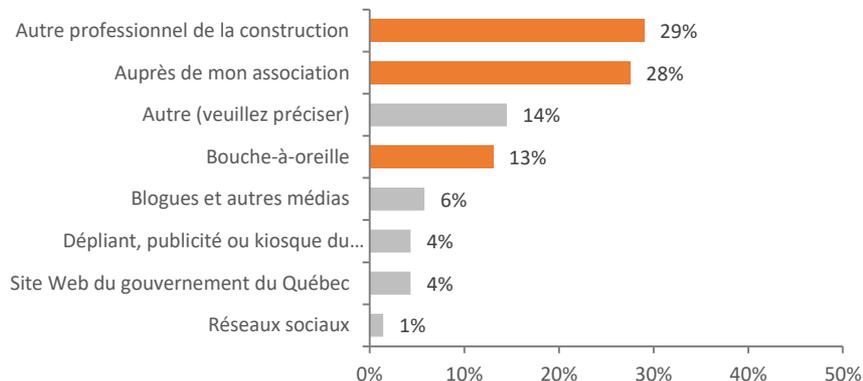


**38% des entrepreneurs estiment que le principal avantage de Novoclimat est l'accompagnement obtenu pendant la construction. Les formations sont non seulement considérées comme un avantage majeur par un tiers des entrepreneurs, mais 76% de ceux-ci appliquent les notions apprises dans leur travail.**

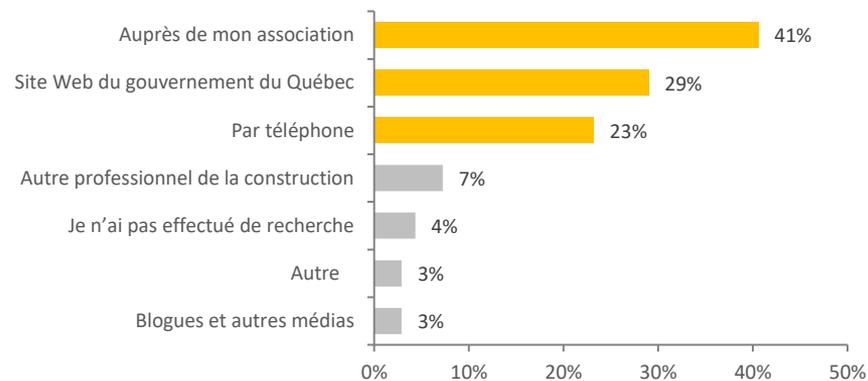
**Il est intéressant de noter que l'aide financière est l'avantage principal pour seulement 12% des entrepreneurs. Ce qui démontre que la valeur ajoutée du programme réside dans l'expertise et les conseils obtenus.**

## Les associations et les entrepreneurs certifiés Novoclimat sont des alliés importants pour promouvoir le programme

De quelle façon avez-vous entendu parler pour la première fois du programme Novoclimat? (n=69)



De quelle(s) façon(s) avez-vous fait vos recherches pour être formé sur le programme Novoclimat?<sup>1</sup> (n=69)



**Les associations se positionnent comme une référence majeure pour promouvoir et partager de l'information à propos de Novoclimat. Poursuivre les efforts de collaboration avec ces joueurs est donc un facteur clé pour le succès de Novoclimat.**

**De plus, beaucoup d'entrepreneurs (29%) entendent parler du programme via un autre professionnel de la construction (architectes, ingénieurs, etc.). Ainsi offrir du matériel clarifiant les avantages du programme pourrait non seulement servir à convaincre la clientèle, mais également d'autres entrepreneurs.**

**Le site web du gouvernement se positionne également comme une référence pour la recherche d'information.**

<sup>1</sup>Les participants pouvaient sélectionner plus d'une réponse

## Les entrepreneurs suggèrent d'améliorer le programme en stimulant davantage l'intérêt des acheteurs et en simplifiant les exigences techniques

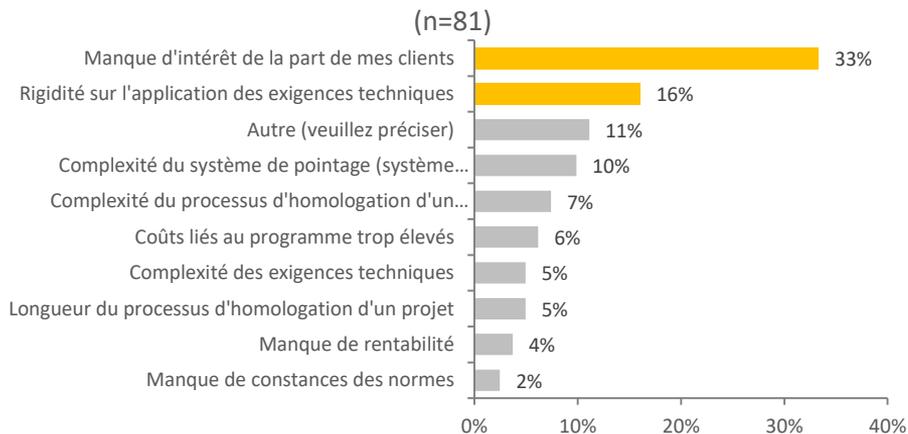


Accepter des solutions alternatives équivalentes plus facilement Faire preuve de bon sens vis à vis des situations particulières qui ne respectent pas en tout point les exigences, mais qui respectent la vocation du programme.



Faire plus de publicité, mais qui explique vraiment les gains qu'apporte Novoclimat 2 par rapport aux dernières normes d'isolation.

### Quel est l'élément principal du programme à améliorer ?



### Top 6 des améliorations proposées par les entrepreneurs (n=60)

Éléments mentionnés par les détracteurs	Nombre de mentions	Proportion en %
Augmenter la flexibilité du programme	8	13%
Stimuler l'intérêt de la clientèle	8	13%
Fournir de outils publicitaires	3	5%
Augmenter la rapidité du processus	3	5%
Effectuer un meilleur suivi aux entrepreneurs des nouvelles exigences	2	3%
Remplacer la formation aux 2 ans par une mise à jour	2	3%
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>43%</b>

**L'enjeu principal (33%) concerne l'intérêt des acheteurs pour des habitations certifiées Novoclimat. En ce sens, les entrepreneurs suggèrent que TEQ les supporte mieux dans la promotion du programme, notamment en leur offrant des outils promotionnels.**

**Un autre irritant concerne l'application des exigences techniques du programme qui sont souvent (16%) jugées comme trop rigides par les entrepreneurs.**

**Finalement, les entrepreneurs recommandent aussi de simplifier certains éléments, comme le système de pointage et le processus d'homologation.**

## Pour augmenter la demande de Novoclimat, les entrepreneurs suggèrent une augmentation de l'aide financière pour les acheteurs et des d'efforts de promotion

Qu'est-ce qui augmenterait la participation des acheteurs au programme ? (n=71)



Beaucoup plus de publicité, les gens connaissent l'ancien programme, mais pas le nouveau.



Une meilleure promotion! De belles capsules explicatives courtes qui différencient une maison Novoclimat d'une maison standard. Des capsules à partager sur le web. Je les mettrais toutes sur ma page Facebook et sur mon site.



Novoclimat doit encourager plus la participation au programme pour que les entrepreneurs comme les acheteurs croient et sachent que construire Novoclimat fait la différence. Encore beaucoup d'incompréhension face aux exigences autant des constructeurs que des sous-contractants.

Facteurs mentionnés par les entrepreneurs	Nombre de mentions	Proportion en %
Augmenter l'aide financière	24	34%
Faire plus de publicité pour augmenter la visibilité du programme	14	20%
Faire plus de promotions mettant de l'avant les avantages du programme	11	15%
Fournir plus d'information au départ (sur les coûts, les économies potentielles, les critères, etc.)	6	8%
Diminuer les coûts d'une construction Novoclimat	3	4%
Fournir une documentation plus claire	2	3%
Donner plus d'argent pour une seconde résidence	2	3%
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>90%</b>

## Novoclimat en quelques points clés



### Points forts

- Beaucoup d'entrepreneurs se sont inscrits au programme pour obtenir un avantage concurrentiel et jugent désormais pouvoir se **démarquer positivement grâce à celui-ci**
- 42% des entrepreneurs **proposent le programme à leurs clients** et expriment un intérêt pour **obtenir du matériel** pour promouvoir le programme
- Les entrepreneurs apprécient principalement **les formations** et **l'accompagnement offert** à travers le programme, et **appliquent les notions apprises** dans le cadre de celui-ci
- Les entrepreneurs démontrent un intérêt à rester à jour sur les pratiques et matériaux favorisant une amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments. **35% consultent le site web du programme Novoclimat pour le faire**



### Points à améliorer

- Deux tiers des entrepreneurs jugent que la **demande n'est pas au rendez-vous** concernant les habitations certifiées à haute performance énergétique
- Les entrepreneurs jugent que Novoclimat ne les **supporte pas suffisamment auprès des acheteurs**, notamment en termes de **promotion**. Selon eux, cela limite la demande pour des habitations Novoclimat
- Les entrepreneurs ne se **rendent pas toujours à la fin du processus Novoclimat** (soumission d'un projet). La dernière étape complétée est souvent la formation Novoclimat, principalement par manque d'intérêt des clients
- 44% des entrepreneurs sont des **détracteurs** du programme, ce qui peut nuire à l'image de marque de celui-ci, d'autant plus que la promotion du programme chez les entrepreneurs se concentre dans les cercles professionnels

## Quelques améliorations ciblées pourraient augmenter la participation à Novoclimat

### Constats

- Seulement 8% des entrepreneurs sont satisfaits du soutien qu'offre Novoclimat pour vendre le programme aux acheteurs
- Seulement 17% des entrepreneurs sont satisfaits du soutien qu'offre Novoclimat pour faire connaître le programme aux acheteurs
- La distribution des entrepreneurs entre toutes les régions du Québec rend le travail de promotion plus difficile. De plus, puisque de nombreux intermédiaires sont impliqués, la fiabilité de l'information reçue peut être compromise
- 30% des entreprises font également affaire avec LEED habitation
- Les entrepreneurs trouvent que le programme manque de flexibilité au niveau des exigences techniques.
- 87% des entrepreneurs effectuant des rénovations seraient intéressés par un programme similaire à Novoclimat pour la rénovation



### Recommandations

- Offrir aux entrepreneurs des **outils promotionnels** tels que des plaques d'homologation pour les bâtiments certifiés ou des panneaux de chantier
- Effectuer une **meilleure distribution de ces outils** auprès des entrepreneurs (p.ex. « pack promo Novoclimat » à la fin de la formation)
- Effectuer des **campagnes ciblées de promotion** auprès des acheteurs en décrivant clairement les avantages des habitations certifiées permettrait d'augmenter la demande pour Novoclimat
- Développer des **capsules vidéos** d'information ou de promotions distribuées via des médias numériques de référence, tel que les sites web des associations ou celui du gouvernement pourrait assurer une uniformité de l'information reçue, peu importe la localisation de l'entreprise, et augmenter la visibilité du programme
- **LEED et Novoclimat** sont des programmes complémentaires, miser sur leur **complémentarité lors de la promotion** pourrait augmenter l'engouement des acheteurs
- Faciliter certaines étapes du processus et rendre plus **flexible l'application des exigences techniques** pourraient également augmenter la participation au programme
- Explorer le potentiel d'un **programme Novoclimat axé sur la rénovation** (p.ex. certification Rénoclimat)



## Segmentation des participants

## Quelques précisions sur la segmentation des participants

Nous avons testé plusieurs méthodologies et approches de segmentation, notamment des croisements à plusieurs variables. Finalement, la méthode qui a donné les résultats les plus pertinents est une segmentation à une variable selon la taille de l'entreprise, caractérisée par le nombre d'employés.

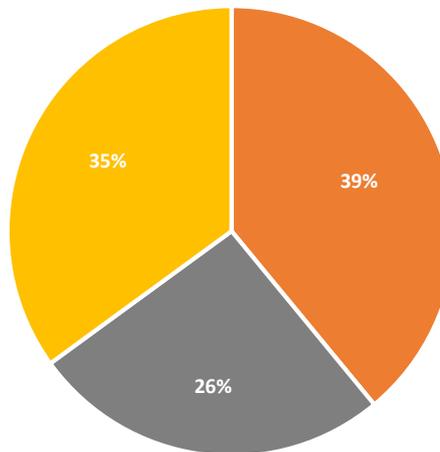
Les participants n'ayant pas répondu à la question sur le nombre d'employés dans leur entreprise ont été écartés de l'analyse (n = 12), car il était impossible de les inclure dans une segmentation basée sur le nombre d'employés.

Ainsi, la population totale analysée lors de la segmentation représente 85% des répondants au sondage (n = 69).

Les 3 segments qui ont émergé de la segmentation sont:

- **Les petites entreprises (1 à 5 employés)**
- **Les moyennes entreprises (6 à 15 employés)**
- **Les plus grandes entreprises (16 employés et plus)**

Proportion de chaque segment (n=69)



■ Petites entreprises   ■ Moyennes entreprises   ■ Plus grandes entreprises

## La taille de l'entreprise affecte ses comportements...

	Les petites entreprises (1-5 employés) 39% (n=27)	Les moyennes entreprises (6-15 employés) 26% (n=18)	Les plus grandes entreprises (16 employés et +) 35% (n=24)
CARACTÉRISTIQUES	<ul style="list-style-type: none"> <li>En affaires depuis <b>entre 5 et 9 ans</b> (30%)</li> <li>Font presque uniquement des constructions neuves (70%)</li> <li>Viennent en grande proportion de <b>Montréal</b> (33%)</li> <li>Construisent principalement des <b>maisons</b> (85%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En affaires depuis entre <b>15 et 29 ans</b> (44%)</li> <li><b>Font uniquement des constructions neuves (89%)</b></li> <li>Viennent de plusieurs régions, dont la Montréal (22%)</li> <li>Construisent principalement des <b>maisons</b> (77%) et des <b>petits bâtiments multilogements</b> (72%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En affaires <b>depuis plus de 30 ans (58%)</b></li> <li>Beaucoup font uniquement des constructions neuves (75%)</li> <li>Viennent en grande proportion de la <b>Capitale Nationale</b> (25%)</li> <li>Construisent de tout: <b>maisons</b> (71%), <b>petits bâtiments multilogements</b> (41%) et <b>grands bâtiments multilogements</b> (58%)</li> </ul>
COMPORTEMENTS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seulement 22% des petites entreprises ont participé à la première version de Novoclimat (1999-2013) et au programme actuel, alors que <b>41% ont fait Novoclimat 2.0</b></li> <li>Beaucoup n'ont effectué <b>aucun projet Novoclimat (45%)</b></li> <li><b>Ont un comportement polarisé</b>: dans la dernière année, 62% n'ont effectué aucun projet Novoclimat tandis que 31% d'entre eux ont certifié plus de 50% de leurs constructions</li> <li>En ont entendu parlé pour la première fois du programme de sources variées, dont le <b>bouche-à-oreille</b> (19%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Ont participé aux 3 programmes en plus grande proportion</b>: 56% à la première version de Novoclimat (1999-2013), 72% à Novoclimat 2.0 et 55% au Novoclimat actuel</li> <li>Plusieurs ont effectué <b>61 et plus projets</b> Novoclimat (17%)</li> <li>Plusieurs ont également inscrit des projets à la certification LEED (19%)</li> <li>Ont effectué un <b>nombre varié de projets Novoclimat</b> durant la dernière année</li> <li>En ont entendu parler pour la première fois du programme auprès d'un <b>autre professionnel de la construction</b> (33%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peu importe le programme, <b>environ la moitié des entreprises y ont participé</b> (50% à la première version de Novoclimat (1999-2013), 58% à Novoclimat 2.0 et 55% au Novoclimat actuel)</li> <li>Beaucoup ont <b>également inscrit des projets à la certification LEED (41%)</b></li> <li>Ont fait moins de 5% de leurs projets Novoclimat durant la dernière année (68%)</li> <li>En ont <b>entendu parler pour la première fois auprès de leur association (38%)</b>, comparé à 22% pour les 2 autres segments</li> </ul>

## ...mais aussi certaines de ses attentes, préférences et défis

	Les petites entreprises (1-5 employés) 39% (n=27)	Les moyennes entreprises (6-15 employés) 26% (n=18)	Les plus grandes entreprises (16 employés et +) 35% (n=24)
DÉFIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ont l'impression que la <b>demande n'est pas au rendez-vous</b> concernant les habitations certifiées à haute performance énergétique (70%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selon eux, l'élément principal du programme à améliorer est la <b>rigidité sur l'application des exigences techniques</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seulement <b>50% jugent que le programme leur permet de se démarquer positivement</b> des compétiteurs</li> </ul>
ATTENTES & PRÉFÉRENCES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Classent en premier avantage les <b>formations en construction écoénergétiques</b> (33%) mais accordent une plus grande importance que les autres segments à <b>l'aide financière</b> (19% comme premier avantage)</li> <li>Jugent que le programme leur permet de se <b>démarrer positivement</b> des compétiteurs (74%)</li> <li>Ont commencé le programme pour <b>avoir un avantage concurrentiel (56%)</b></li> <li>Seraient intéressés par une formation sur la rénovation (44%)</li> <li>Trouvent qu'il <b>est moins important de réduire l'impact environnemental</b> des habitations que les autres segments</li> <li>Sont les plus intéressés par des <b>tableaux comparatifs comme matériel promotionnel</b> (59%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Classent les <b>inspections pour détecter les sources de perte d'énergie potentielles</b> comme le plus grand avantage du programme, soit une proportion 2 à 3 fois plus grande que les autres segments (61%)</li> <li>Jugent que le programme leur permet de se démarquer positivement des compétiteurs (67%)</li> <li>Ont commencé le programme pour <b>améliorer leur expertise en construction écoénergétique (50%)</b></li> <li>Plus que la majorité serait intéressée par une formation sur la rénovation (55%)</li> <li>Jugent qu'il est très important de réduire l'impact environnemental des habitations (61%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Classent en premier avantage les <b>formations en construction écoénergétiques (38%)</b></li> <li>Une très grande proportion serait <b>intéressée par une formation sur la rénovation</b>, dépassant de loin les 2 autres segments (79%)</li> <li>Ont commencé le programme pour avoir un <b>avantage concurrentiel (33%)</b>, mais 17% l'ont commencé pour des <b>raisons environnementales</b>, soit 3 et 5 fois plus que les autres segments</li> <li>La majorité juge qu'il est très important de réduire l'impact environnemental des habitations (50%)</li> <li>Sont les moins intéressés par tout type de matériel promotionnel</li> </ul>

## Description des 3 segments d'entreprises en quelques en phrases

### Les petites entreprises

En affaire depuis quelques années, ces petites entreprises construisent principalement des maisons et le tiers d'entre eux provient de Montérégie.

Elles participent principalement à Novoclimat pour se démarquer positivement de leurs concurrents, obtenir des formations et obtenir de l'aide financière.

Ayant majoritairement participé à Novoclimat 2.0, elles ont cependant moins adhéré à la dernière version du programme, divisant son taux de participation de moitié.

Moins motivées par la réduction de leur impact environnemental, près de la moitié d'entre elles n'ont effectué aucun projet Novoclimat et l'écrasante majorité à l'impression que la demande n'est pas au rendez-vous concernant les habitations certifiées à haute performance énergétique.

Ce segment aimerait obtenir plus d'outils promotionnels de la part de TEQ.



### Les moyennes entreprises

En affaire depuis plus d'une décennie, ces entreprises font uniquement des constructions neuves de plusieurs types (maisons et PBM).

Après en avoir entendu parler via un professionnel de la construction, ces entreprises ont rejoint le programme pour améliorer leur expertise en construction énergétique. Cependant, elles considèrent avant tout l'inspection pour détecter les sources de perte d'énergie potentielle comme premier avantage du programme.

Ces entreprises sont les plus enthousiastes face à Novoclimat et ont la plus haute proportion de participants depuis la première version du programme. Plusieurs d'entre elles ont d'ailleurs effectué plus de 61 projets homologués Novoclimat.

Ce segment juge tout de même que les exigences techniques sont trop rigides.



### Les plus grandes entreprises

En affaire depuis plus de 30 ans, ces entreprises construisent beaucoup de grands bâtiments multilogements, et les trois quarts construisent du neuf.

Se renseignant principalement auprès de leur association, elles ont rejoint le programme pour avoir un avantage concurrentiel, mais seulement 50% d'entre elles jugent que le programme leur procure un réel avantage compétitif.

Elles sont plus mitigées face à leur participation au programme. De plus beaucoup de participants ont également inscrit des projets à la certification LEED.

Ces entreprises sont très intéressées à se diversifier en suivant une formation sur la rénovation et sont plus préoccupées par l'environnement que les autres segments. Elles sont cependant moins intéressées à tout type de matériel promotionnel.



## Opportunités liées aux segments

### Les petites entreprises



Ces entreprises souhaitent se démarquer de la compétition avec le programme et sont très intéressées par du matériel promotionnel. Leur **fournir des tableaux comparatifs** permettant de démontrer les avantages du programme leur permettrait de se démarquer davantage et à faible coût.

Puisque beaucoup n'ont effectué aucun projet Novoclimat, ayant probablement l'impression que la demande n'est pas au rendez-vous, elles n'ont pas l'expérience du processus. Leur **fournir un incitatif supplémentaire pour le premier projet** pourrait permettre de les convaincre des bienfaits et d'en parler à leur entourage, forte sur le bouche-à-oreille.

Puisqu'elles considèrent les formations comme le premier avantage du programme, créer des **formations personnalisées à la réalité et aux ressources d'une petite entreprise** pourrait augmenter leur adhésion.

### Les moyennes entreprises



Enthousiastes du programme, elles trouvent très important la réduction de l'impact environnemental des habitations. **Faire de la promotion ciblée sur l'aspect environnemental lié à Novoclimat** aurait donc plus de chance de les convaincre.

De plus, offrir un **volet du programme permettant une moins grande rigidité sur l'application de certaines exigences techniques** (nécessitant une approbation de TEQ avec de plus grands délais, par exemple) pourrait convaincre plusieurs entreprises d'adhérer au programme.

Puisque ces entreprises considèrent les inspections pour détecter les sources de perte d'énergie potentielles comme le premier avantage du programme, il serait intéressant de **vérifier le niveau de satisfaction face à ces inspections et d'examiner les potentiels d'amélioration**.

### Les plus grandes entreprises



Puisque 79% souhaiteraient également avoir des **formations sur la rénovation**, offrir ce genre de formation de façon complémentaire pourrait augmenter leur adhésion.

Elles considèrent leur **association comme une source de référence** et consultent régulièrement les messages diffusés par celle-ci puisqu'elles entendent principalement parler de Novoclimat de cette façon. Par conséquent, **augmenter la publicité ou faire de la promotion via ce canal** aura plus de chance de les rejoindre.

Puisque plusieurs obtiennent également la certification LEED habitation, ces programmes semblent complémentaires. **Cibler les gens ayant obtenu la certification LEED** pour leur proposer d'adhérer à Novoclimat serait une bonne façon d'augmenter le nombre d'entreprises participantes.



## Annexe 1- Analyses approfondies

Ces analyses ont été identifiées comme pertinentes à approfondir par TEQ, suite à une première présentation des analyses comportementales

## Score de NPS en fonction de la dernière période de participation à Novoclimat

Période de participation	% Détracteurs	% Passifs	% Promoteurs	Score NPS
De 1999 à octobre 2013 (Novoclimat)	50%	50%	0%	<b>-50%</b>
De novembre 2013 à janvier 2018 (Novoclimat 2.0)	70%	13%	17%	<b>-52%</b>
De février 2018 à aujourd'hui (Novoclimat)	32%	23%	45%	<b>13%</b>

## Profil des entrepreneurs passifs (n=24)<sup>1</sup>



53% des entrepreneurs passifs sont en **affaires depuis moins de 10 ans** et 74% de ceux-ci travaillent dans une entreprise avec **10 employés ou moins**. Ils n'ont donc pas nécessairement **les ressources ou l'expertise nécessaire** pour faire la promotion du programme



50% des entrepreneurs passifs jugent que l'élément principal du programme à améliorer est le **manque d'intérêt de la part des clients**. 42% des entrepreneurs passifs affirment que l'avantage le plus apprécié du programme est la **formation en construction écoénergétique**



33% des entrepreneurs passifs ont suivi et **réussi la formation Novoclimat comme dernière étape** et 25% se sont inscrits comme un **entrepreneur Novoclimat au BNQ comme dernière étape**. 42% des entrepreneurs passifs ont décidé de commencer le programme Novoclimat pour avoir un **avantage concurrentiel**. 37% l'ont également fait pour **améliorer leur expertise en construction écoénergétique**



84% des entrepreneurs passifs jugent que Novoclimat leur permet de se **démarquer positivement de leurs concurrents**. 25% entrepreneurs passifs ont **également inscrit des projets à LEED habitation**

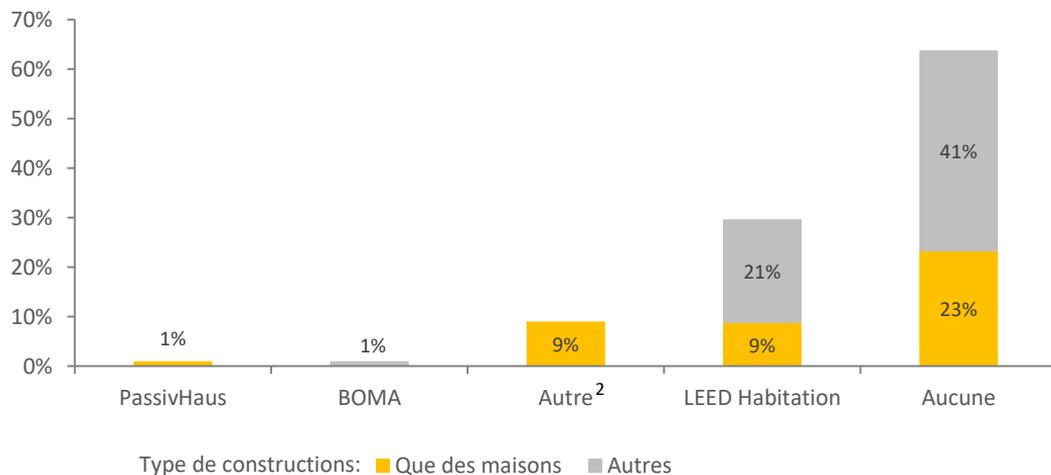


53% des entrepreneurs passifs n'ont effectué **aucun projet Novoclimat depuis novembre 2013**. 74% de ceux-ci n'ont pas l'impression que la **demande est au rendez-vous**

<sup>1</sup>Les entrepreneurs passifs sont ceux ayant répondu un score de 7 ou 8 sur 10 à la question « Recommanderiez-vous le programme à votre entourage? »

## Proportion des entrepreneurs inscrivant des projets à d'autres certifications et ne construisant que des maisons

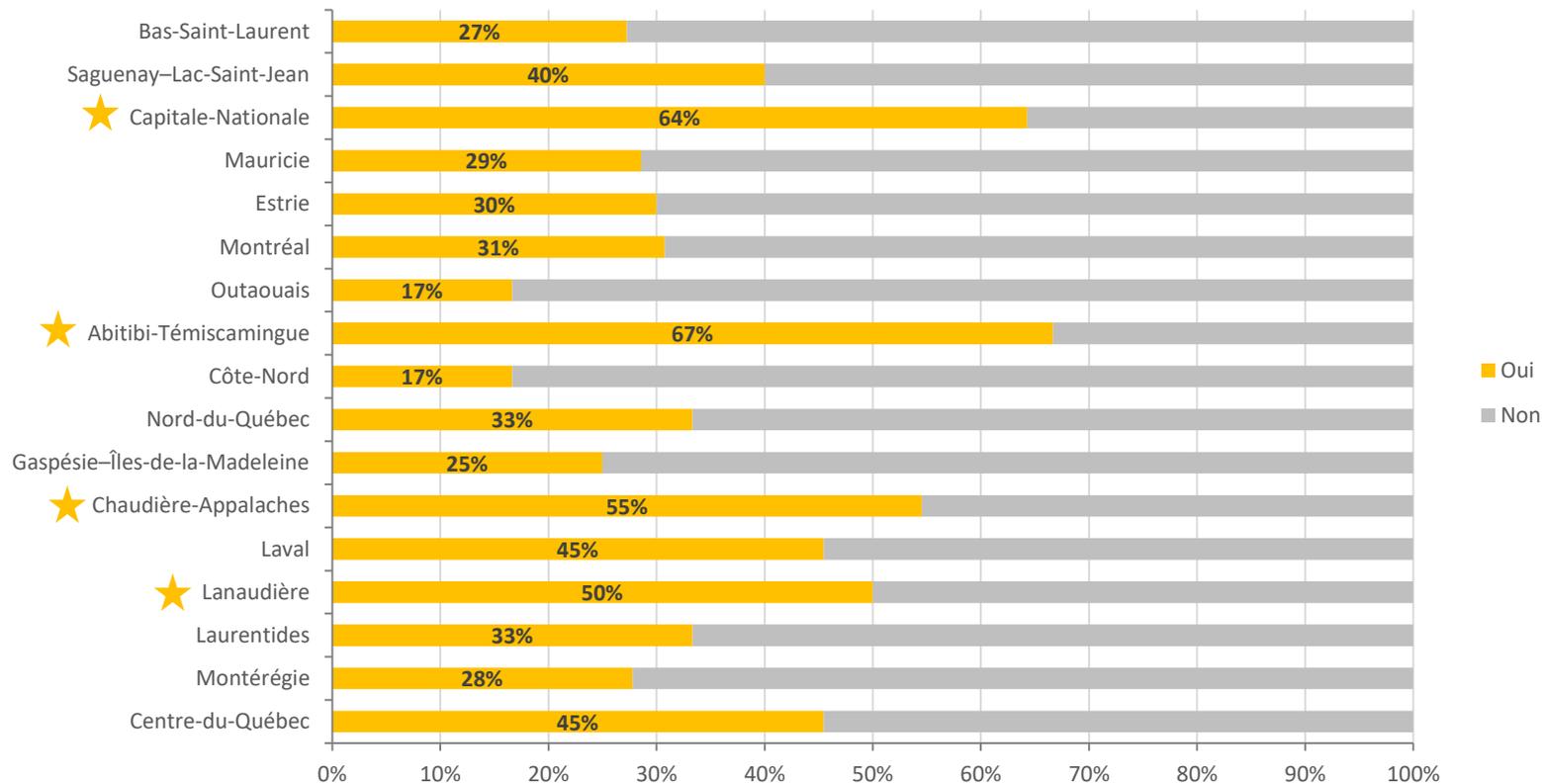
À quelle(s) autre(s) certification(s) avez-vous inscrit des projets?<sup>1</sup> (n=69)



<sup>1</sup>Les participants pouvaient sélectionner plusieurs options, ce qui explique un total supérieur à 100%

<sup>2</sup> L'option autre inclut CSA, Hydro Québec Maison Saine, et Habitation Durable de Victoriaville

## Proportion des entrepreneurs ayant un intérêt pour une formation Novoclimat sur la rénovation en fonction de la région où ils sont actifs





## Annexe 2- Questionnaire utilisé

## Section 1 (1/5)

**Cette section concerne l'expérience que vous avez vécue avec le programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.**

1. Depuis le lancement de Novoclimat 2.0 en novembre 2013, plusieurs améliorations ont eu lieu. Dans le volet MAISON, l'aide financière pour les entrepreneurs et propriétaires a été rehaussée. Dans le volet MAISON et PBM (Petits Bâtiments Multilogements), le système de pointage a été supprimé.

Durant quelle(s) période(s) avez-vous inscrit des projets ? Veuillez cocher toutes les options qui s'appliquent.

- De 1999 à octobre 2013 (Novoclimat)
- De novembre 2013 à janvier 2018 (Novoclimat 2.0)
- De février 2018 à aujourd'hui (Novoclimat)
- Aucune de ces périodes

## Section 1 (2/5)

**Cette section concerne l'expérience que vous avez vécue avec le programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.**

2. Selon vous, quel est l'élément principal du programme à améliorer ?

- Longueur du processus d'homologation d'un projet
- Complexité du processus d'homologation d'un projet
- Complexité des exigences techniques
- Rigidité sur l'application des exigences techniques
- Manque de constances des normes
- Complexité du système de pointage (système utilisé jusqu'en janvier 2018)
- Manque d'intérêt de la part de mes clients
- Coûts liés au programme trop élevés
- Manque de rentabilité
- Autre (veuillez préciser)

## Section 1 (3/5)

Cette section concerne l'expérience que vous avez vécue avec le programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plaît, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.

3. Veuillez évaluer l'affirmation suivante sur une échelle de 1 à 5 où 1 signifie « Pas du tout en accord » et 5 signifie « Absolument en accord » :

L'investissement de temps de mon entreprise dans le programme Novoclimat en vaut la peine

Pas du tout en accord Absolument en accord

4. Veuillez évaluer l'affirmation suivante sur une échelle de 1 à 5 où 1 signifie « Pas du tout en accord » et 5 signifie « Absolument en accord » :

L'investissement d'argent de mon entreprise dans le programme Novoclimat en vaut la peine

Pas du tout en accord Absolument en accord

## Section 1 (4/5)

Cette section concerne l'expérience que vous avez vécue avec le programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.

5. Selon votre expérience en tant qu'entrepreneur, avez-vous des améliorations à proposer au programme ? (question ouverte)

6. Quelle est la probabilité que vous recommandiez le programme Novoclimat à votre entourage ?

Pas du tout probable

Extrêmement probable

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

7. Depuis novembre 2013, quelle est la dernière étape que vous avez complétée dans le processus Novoclimat?

- Suivre et réussir la formation Novoclimat
- S'inscrire comme un entrepreneur Novoclimat au Bureau de Normalisation du Québec (BNQ)
- Inscrire un projet au programme sans obtenir la certification
- Obtenir la certification Novoclimat pour un projet
- Obtenir la certification Novoclimat de 2 à 9 projets
- Obtenir la certification Novoclimat pour 10 projets et plus
- Je n'ai complété aucune de ces étapes*

## Section 1 (5/5)

Cette section concerne l'expérience que vous avez vécue avec le programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.

8. Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous **pas inscrit** de projet(s) au programme ? Veuillez cocher toutes les options qui s'appliquent.

- Je suis nouvellement certifié(e)
- Longueur du processus d'homologation d'un projet
- Complexité du processus d'homologation d'un projet
- Complexité des exigences techniques
- Rigidité sur l'application des exigences techniques
- Complexité du système de pointage (système utilisé jusqu'en janvier 2018)
- Manque d'intérêt de la part de mes clients
- Coûts liés au programme trop élevés
- Manque de rentabilité
- Autre (veuillez préciser)

## Section 2 (1/3)

**Cette section concerne la pertinence de certains éléments du programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.**

9. Quel avantage du programme Novoclimat appréciez-vous le plus?

- Formation en construction écoénergétique
- Soutien technique pour la conception des plans et devis
- Accompagnement sur le chantier de construction pour répondre aux questions en cours de construction
- Inspections pendant la construction pour détecter les sources de pertes d'énergie potentielles
- Aide financière
- Autre (veuillez préciser)

## Section 2 (2/3)

Cette section concerne la pertinence de certains éléments du programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plaît, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.

10. Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez cocher l'option qui s'applique le plus.

	Nettement en désaccord	En désaccord	Ni en accord, ni en désaccord	En accord	Nettement en accord	Non-Applicable
Novoclimat me soutient pour faire connaître le programme aux acheteurs						
Novoclimat me soutient pour vendre le programme aux acheteurs						
Novoclimat me soutient dans la construction des habitations						

## Section 2 (3/3)

Cette section concerne la pertinence de certains éléments du programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.

11. Sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « Très insatisfait » et 5 étant « Très satisfait », veuillez indiquer votre niveau de satisfaction par rapport à chacun des éléments suivants.

	Très insatisfait	Insatisfait	Neutre	Satisfait	Très satisfait	Je ne sais pas
Les procédures pour inscrire un projet au programme Novoclimat						
Les procédures à partir des inspections de chantier jusqu'à l'obtention du certificat d'homologation Novoclimat						

12. D'après vous, qu'est-ce qui augmenterait la participation des **entrepreneurs** au programme ? (question ouverte)

13. D'après vous, qu'est-ce qui augmenterait la participation des **acheteurs** au programme? (question ouverte)

## Section 3

Cette section concerne vos motivations à participer au programme Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.

14. Quelle est la raison principale pour laquelle vous avez décidé de commencer le processus Novoclimat?

- Obtenir de l'aide financière
- Raisons environnementales
- Avoir un avantage concurrentiel
- Être capable d'aller rejoindre une clientèle différente
- Améliorer mon expertise en construction écoénergétique
- Autre (veuillez préciser)

15. Jugez-vous que le programme Novoclimat vous permet de vous **démarrer positivement** de vos concurrents?

- Oui
- Non

16. Avez-vous l'impression que la demande est au rendez-vous concernant les habitations certifiées à haute performance énergétique?

- Oui
- Non

## Section 4 (1/5)

Cette section souhaite cerner le profil des entrepreneurs certifiés Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.

17. Sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « Absolument en désaccord » et 5 étant « Absolument en accord », veuillez noter l'énoncé suivant:

**J'applique les notions apprises lors de la formation Novoclimat dans mon travail**

A horizontal slider interface for question 17. The left end is labeled "Absolument en désaccord" and the right end is labeled "Absolument en accord". A white circular knob is positioned at the 2.5 mark (the midpoint). To the right of the slider is a small grey square button.

18. Sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « très peu important » et 5 étant « très important », à combien situeriez-vous l'importance de réduire l'impact environnemental des habitations?

A horizontal slider interface for question 18. The left end is labeled "Très peu important" and the right end is labeled "Très important". A white circular knob is positioned at the 2.5 mark (the midpoint). To the right of the slider is a small grey square button.

## Section 4 (2/5)

**Cette section souhaite cerner le profil des entrepreneurs certifiés Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.**

19. Veuillez cocher l'énoncé s'appliquant le plus à votre situation actuelle dans le cadre de vos projets de construction.

- Je propose le programme Novoclimat à mes clients
- Mes clients me proposent le programme Novoclimat ou me demandent de l'information sur les constructions écoénergétiques
- Parfois un, parfois l'autre, en proportions semblables
- Aucun des deux ne propose Novoclimat

20. De quelle façon avez-vous entendu parler pour la première fois du programme Novoclimat?

- Bouche-à-oreille
- Réseaux sociaux
- Autre professionnel de la construction
- Marchand de matériaux/équipement
- Site Web du gouvernement du Québec
- Au près de mon association
- Blogues et autres médias
- Dépliant, publicité ou kiosque du gouvernement du Québec
- Autre (veuillez préciser)

## Section 4 (3/5)

**Cette section souhaite cerner le profil des entrepreneurs certifiés Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.**

21. De quelle façon avez-vous fait vos recherches pour être formé sur le programme Novoclimat? Cochez toutes les options qui s'appliquent

- Par téléphone
- Réseaux sociaux
- Bouche-à-oreille
- Autre professionnel de la construction
- Marchand de matériaux
- Site Web du gouvernement du Québec
- Au près de mon association
- Blogues et autres médias
- Autre (veuillez préciser)
- Je n'ai pas effectué de recherche*

## Section 4 (4/5)

**Cette section souhaite cerner le profil des entrepreneurs certifiés Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.**

22. Quel(s) moyen(s) utilisez-vous pour rester à jour sur les pratiques et matériaux favorisant une amélioration de l'efficacité énergétique des bâtiments?

- Consulter les fiches techniques disponibles sur le site Web du programme Novoclimat
- Assister à des ateliers / conférences de perfectionnement
- Lire des magazines sur la construction innovante
- Aucun moyen
- Autre (veuillez préciser)

## Section 4 (5/5)

**Cette section souhaite cerner le profil des entrepreneurs certifiés Novoclimat. Veuillez, s'il vous plait, lire attentivement chacun des énoncés suivants et indiquer votre réponse en cochant l'option qui correspond le mieux à votre opinion.**

23. Seriez-vous intéressé(e) par du matériel promotionnel pour promouvoir le programme Novoclimat. Veuillez cocher toutes les options qui s'appliquent. Si non, cochez l'option « Je ne suis pas intéressé(e) par du matériel promotionnel ».

- Dépliant promoteur
- Dépliant acheteur
- Tableau comparatif
- Panneau de chantier
- Bandeau web
- Plaque d'homologation pour le bâtiment
- Autre (veuillez préciser)
- Je ne suis pas intéressé(e) par du matériel promotionnel

24. Seriez-vous intéressé(e) par une formation équivalente à Novoclimat sur la rénovation ?

- Oui
- Non

## Section 5 (1/5)

### Renseignements généraux

25. Quel type d'habitations construisez-vous? Sélectionnez toutes les options qui s'appliquent.

- Maisons, habitations unifamiliales, bigénérationnelles ou unifamiliales avec un logement attenant
- Petits bâtiments multilogements
- Grands bâtiments multilogements
- Aucune de ces options
- Autre (veuillez préciser)

26. Combien y a-t-il d'employés dans l'entreprise où vous travaillez ?

- Un seul (vous-même)
- 2 à 5 employés
- 6 à 10 employés
- 11 à 15 employés
- 16 à 30 employés
- Plus de 30 employés

## Section 5 (2/5)

### Renseignements généraux

27. Combien de projets Novoclimat avez-vous effectués depuis novembre 2013?

- Aucun
- Entre 1 et 20
- Entre 21 et 40
- Entre 41 et 60
- Entre 61 et 100
- 101 ou plus
- Je préfère ne pas répondre

28. À quelles(s) autres certification(s) avez-vous inscrit des projets ? Veuillez cocher toutes les options qui s'appliquent.

- LEED habitation
- PassivHaus
- BOMA
- Aucune
- Autre (veuillez préciser)

## Section 5 (3/5)

### Renseignements généraux

29. Depuis combien d'années l'entreprise dans laquelle vous travaillez est-elle en affaires ?

- Moins d'un an
- Entre 1 an et 5 ans
- Entre 5 ans et 9 ans
- Entre 10 et 14 ans
- Entre 15 et 29 ans
- Plus de 30 ans

30. Quelles sont vos principales valeurs d'entreprise ? (question ouverte)

## Section 5 (4/5)

### Renseignements généraux

31. Dans quelle région construisez-vous vos projets ?

- Bas-Saint-Laurent
- Saguenay-Lac-Saint-Jean
- Capitale Nationale
- Mauricie
- Estrie
- Montréal
- Outaouais
- Abitibi-Témiscamingue
- Côte-Nord
- Nord-du-Québec
- Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
- Chaudière-Appalaches
- Laval
- Lanaudière
- Laurentides
- Montérégie
- Centre-du-Québec

## Section 5 (5/5)

### Renseignements généraux

32. Faites-vous principalement...?

- De la rénovation
- Des constructions neuves
- Des portions égales de rénovation et de constructions neuves

33. Durant la dernière année, quelle proportion de vos projets de constructions neuves sont des projets Novoclimat ?

- Moins de 5%
- Entre 5% et 10%
- Entre 11% et 20%
- Entre 21% et 30%
- Entre 31% et 40%
- Entre 41% et 50%
- Plus de 50%
- Aucun de mes projets de la dernière année
- Je ne fais pas de construction neuve